



Empfehlung rockt!

Neue Produkte und die damit verknüpfte Verkaufsstory können Türöffner beim Kunden sein. Sie geben der Kundenansprache vonseiten Versicherungsmakler und Finanzberater einen frischen Klang. Liegt dem auch noch eine Empfehlung zugrunde, dann stimmt der Rhythmus.

Als Finanzberater weiterempfohlen zu werden, sollte mehr sein als ein zufälliges Gespräch am Stammtisch. Professionelles Empfehlungsmarketing ist daher das Zauberwort. Doch zuvor halten Sie sich vor Augen: Der Kunde sehnt sich nach Sicherheit. „Safety first“ ist bei ihm die oberste Devise. Fühlt ein Kunde sich bei seinem Berater gut aufgehoben, vertraut er auch dem Produkt. Ein Grundstein für diese Sicherheit ist immer der Fingerzeig eines Bekannten. „Den kenn ich, ruf den doch mal an.“ Das ist es, was eine Empfehlung so wertvoll macht. Mit nichts können Sie so schnell Vertrauen aufbauen wie mit diesen „Vorschusslorbeeren“. Völlig kostenlos.

Doch wie geht's?

Gerade im Zeitalter von Social Media ist die Glaubwürdigkeit einer persönlichen Empfehlung noch einmal gestiegen. Empfehlung rockt! Denn: Das Angebot im Internet ist schier unendlich. Wetten, dass Sie bei Amazon auch erst mal die Kommentare durchscrollen, bevor Sie sich zum Kauf eines Produkts entschließen? Doch die Sache hat einen Haken: Es gibt unzählige Bewertungsmöglichkeiten. Und der moderne Kunde weiß, dass man online nicht jedem Feedback glauben kann. Sagt uns aber ein guter Freund oder Kollege: „Geh zum Rankel!“, dann machen wir das in der Regel auch. Weil

wir ihm und seiner Empfehlung vertrauen. Obwohl wir „den Rankel“ noch gar nicht kennen. Die gute Erfahrung des Freundes zählt mehr.

Klar ist auch: Die richtig guten Dinge gibt es eh nur auf Empfehlungsbasis. Das gilt für den Wohnungsmarkt, Dienstleistungen und Stellenanzeigen. Top-Jobs und Traumlofts stehen in keiner öffentlichen Ausschreibung mehr. Die werden längst unter der Hand vergeben.

Empfohlene Kunden sind die besseren Kunden

Spricht ein Kunde eine Empfehlung für Sie aus, bedeutet das optimale Voraussetzungen für ein Erfolgserlebnis. Die Vorteile sprechen dabei eine klare Sprache:

- Ein Kunde, der auf Empfehlung zu mir kommt, ist immer näher am Abschluss als ein kalter Kunde.
- Er wird mich als Berater bei Zufriedenheit sehr viel wahrscheinlicher ebenfalls weiterempfehlen.
- Ein Kundennetzwerk aus Empfehlungen ist stabiler. „Empfohlene“ Kunden sind deutlich loyaler als „kalte Kunden“.
- Durch Empfehlungen komme ich als Berater mit bestimmten Zielpersonen und interessanteren Zielgruppen leichter in Kontakt.

Endlich Empfehlung statt kalter Akquise

Empfehlungsmarketing ist ein Business mit enormem Potenzial. Vertrieblisch gesehen ist es das Wichtigste für einen Finanzdienstleister überhaupt – und deswegen kein Nebenbei-Geschäft. Es ist absolut möglich, seine Kunden ausschließlich über Empfehlungsmarketing zu akquirieren. So habe ich es bereits in den 90er-Jahren selbst als Finanzdienstleister gemacht und so machen es heute viele, die nach meiner Vorgehensweise arbeiten. Denn diese Vorgehensweise habe ich stetig weiterentwickelt und dem neuen Zeitgeist angepasst. Was heißt das genau?

Der Kunden von heute ist hybrid

Selten war das Zusammenspiel im Kontakt von offline und online so wichtig wie 2017. Es reicht nicht mehr, allein auf Mund-zu-Mund-Propaganda zu setzen! Der Kunde informiert sich sowohl online als auch offline über die besten Angebote. Noch immer beginnt es meistens mit einem persönlichen Tipp. Für die Mehrheit ist die Empfehlung einer Vertrauensperson immer noch der stärkste Impuls zum Kauf. Anschließend greift dann fast jeder zum Laptop und recherchiert online nach. Auch die Kontaktaufnahme beginnt oft mit einer E-Mail. Somit transformiert sich der ideale Weg zum neuen Kunden zu einem sich selbst fortsetzenden, hybriden Kreislauf:

Schritt 1 (offline):

Ihr zufriedener Kunde empfiehlt Sie persönlich an seinen Bekannten, Arbeitskollegen oder Nachbarn weiter. „Den Berater kann ich dir wirklich ans Herz legen.“ Um das zu erzielen, müssen Sie sich aber nicht nur die Frage stellen: Was macht mich kaufenswert? Wichtig ist auch: Was macht mich empfehlenswert? Was ist es wert, dass man mich weiter empfiehlt?

Schritt 2 (online):

Der angesprochene Interessent informiert sich über Sie im Internet. Er macht sich über Websites, Referenzen und Bewertungen ein erstes Bild von Ihnen. Die Frage jedes Vermittlers sollte daher vorher lauten: Habe ich eine übersichtliche und moderne Website? Wie bekomme ich aussagekräftige Referenzen? Und wie erziele ich gute Internet-Bewertungen?

Schritt 3 (online):

Der Interessent nimmt Kontakt mit Ihnen auf. Es kommt zum Termin, idealerweise zum Geschäftsabschluss und somit zu einer weiterführenden Empfehlung. Hier sollten Sie für sich folgende Fragen vorher beantwortet haben: Wie arbeite ich sukzessive nur noch auf Empfehlungsbasis? Wie mache ich aus meinem Empfehlungskreislauf ein Perpetuum mobile?

Der Empfehlungskreislauf – Strategie schlägt Zufall

Die Antwort: Sie brauchen einen Plan! Ein „Es wäre schön, wenn Sie mich weiterempfehlen“ reicht nicht.

Ein Gesprächseinstieg, um Ihren Kunden zu einer verbindlichen Empfehlung zu motivieren, könnte so aussehen:

Berater: „Herr Kunde, wir sind heute auf Empfehlung von Herrn Schulz zusammengekommen. Denken Sie, dass Herr Schulz inhaltlich mit mir und meiner Beratung zufrieden ist?“

Kunde: „Ich glaube schon, er fühlte sich gut betreut.“

Berater: „Wäre es für Sie vorstellbar, dass auch Sie – wenn Sie mit mir und meiner Beratung zufrieden sind – mich weiterempfehlen?“

Kunde: „Ich denke schon. Wenn ich zufrieden bin, kann ich das schon machen.“

Berater: „Dann wollen wir es so halten?“

Kunde: „In Ordnung.“

Die Vereinbarung steht. Wenn der Kunde mit Ihnen zufrieden ist, wird er Sie weiterempfehlen. Das ist nur ein Beispiel, doch das Prinzip wird klar. Sie müssen einen Weg finden, auf sich aufmerksam zu machen.

Rückkopplung an Sicherheit

Abschließend noch die Frage: Warum empfehlen wir eigentlich so gerne? Ganz einfach: Zum einen sichern wir uns damit selber ab. Geht mein Kollege ebenfalls zu diesem oder jenem Berater, bestärkt das auch uns selbst. „Ich habe das also gar nicht so verkehrt gemacht.“ Aus Kundensicht bedeutet das eine Rückkopplung der Sicherheit. Der zweite Grund ist so einfach wie kraftvoll: Jeder fühlt sich wohl, wenn er etwas Gutes kennt und tut. Wenn er einen Tipp geben und von einer guten „Entdeckung“ berichten kann. Jeder will vor anderen gut dastehen. „Vielen Dank, dass du mir diese Perle von Berater ans Herz gelegt hast. Das war ein wirklich toller Tipp.“ Geht das nicht runter wie Öl? Nutzen Sie diese Kraft!

Kurzum ...

Wenn ein Vermittler und Makler einen guten Job macht, seinen Kunden Nutzen stiftet und Vorteile bringt, schreit es geradezu danach, dass er sein Geschäft auf Empfehlungsbasis weiter aus- und aufbaut. Und mit Verlaub: Ein Berater, der sich in den Dienst des Kunden stellt, hat gar keine Zeit zu akquirieren. Er macht das, was er macht, so gut, dass der zufriedene Kunde ihm das gerne mit Empfehlungen honoriert. Und damit empfehle ich mich ... ■



Von Roger Rankel,
Marketingexperte und Vertriebscoach

